

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan manusia akan pangan selalu menjadi salah satu kebutuhan yang utama. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat kebutuhan akan pangan juga terus bertambah. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam bisnis sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Bisnis kuliner saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dan persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dan bertahan dalam persaingan bisnis.

Perkembangan usaha rumah makan dan restaurant pada era globalisasi ini menunjukkan adanya perubahan paradigma, dimana yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman), memuaskan rasa lapar para pelanggan, menyediakan suasana nyaman, tenang dalam menyantap hidangan namun sekarang menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai pelayanan. Kemampuan pelayanan yang baik maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler (2000: 50) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat perasaan senang atau

kecewa seseorang setelah membandingkan suatu kinerja yang telah konsumen rasakan dengan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum yaitu, jika kinerja dibawah harapan pelanggan tidak akan puas, jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, jika kinerja melampaui harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.

Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pembisnis yaitu demi keberhasilan bisnisnya dan mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Upaya pengusaha untuk menghindari ancaman tersebut yaitu dengan memaksimalkan kualitas pelayanannya. Pelayanan dapat dikatakan sebagai suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Laksana, 2008: 85). Kualitas pelayanan yang berkualitas merupakan kunci utama keberhasilan suatu usaha.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena kebanyakan konsumen akan cenderung memilih perusahaan yang menawarkan harga produk yang relative murah dengan kualitas produk yang baik. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan (Kotler, 2006: 345). Harga bukan hanya dilihat

dari angka-angka yang tertera di label harga, namun harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi, misalnya harga dapat digunakan untuk membantu pembeli memutuskan cara mendapatkan manfaat terbaik yang dapat diperoleh berdasarkan kemampuan pembeli, melalui harga segala macam transaksi menjadi lebih mudah, harga juga dapat dijadikan sebagai patokan untuk memperhitungkan nilai nominal suatu produk.

Fast food Jank-jank merupakan salah satu bisnis kuliner baru yang saat ini terkenal di Kota Malang yang terletak di Jl. Bunga Coklat No. 01 Soekarno Hatta-Malang yang kini hadir dengan sajian *chicken wings* bagi para penikmat sayap. Sesuai dengan namanya produk utama yang ditawarkan dari jank-jank adalah *chicken wings* dengan balutan saos. Pilihan saosnya sendiri ada 8 macam yang disajikan mulai dari saos keju, *barbeque*, *smoke barbeque*, *blackpapper*, *teriyaki*, *japanese cury*, *japanese hot curry* dan *hot gaprot*. Dengan adanya Jank-Jank para penikmat sayap bisa menikmati sensasi merasakan hidangan sayap ayam yang lebih lezat dengan berbagai varian rasa saos yang disajikan (Sumber: *Fast food* Jank-jank Kota Malang).

Fast food Jank-jank merupakan kuliner nusantara yang membuat produk utama yaitu *chicken wings*. Memang masih belum ada pesaing dengan produk yang sama, tapi masih ada kemungkinan akan muncul perusahaan dengan produk utamanya *chicken wings* sebagai pesaing di Jank-jank. Dalam kondisi tersebut, untuk dapat bertahan dalam persaingan saat ini Jank-jank harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan mulai harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan pelanggan agar

tetap setia terhadap Jank-jank. Namun demikian dalam upaya untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan yang dilakukan perusahaan, ada beberapa permasalahan yang menyebabkan sebagian konsumen merasa tidak puas. Kondisi ini dapat ditunjukkan dengan adanya keluhan-keluhan terkait dengan pelayanan yang diberikan.

Bentuk-bentuk keluhan yang dilakukan oleh pelanggan yang merasa tidak puas terkait dengan pelayanan tersebut dapat diketahui bahwa sulitnya pelanggan untuk mendapatkan tempat duduk ketika akan menikmati pesanan, pesanan makanan dan minuman yang diperoleh pelanggan tidak sesuai dengan yang dipesan, serta nasi yang disajikan terlalu lembek. Beberapa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tersebut membuktikan belum maksimalnya atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan (Hasil saran dan kritik dari pelanggan di *Fast food* Jank-Jank, 2016).

Masih adanya keluhan pelanggan terhadap pelayanannya sehingga menuntut perusahaan untuk tidak mengunggulkan harga saja tapi kualitas pelayanan dapat diperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan agar pelanggan tetap bisa dipertahankan. Beberapa masalah yang muncul tersebut membuat sebagian konsumen merasakan kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan berada dibawah harapan konsumen, sehingga munculnya perasaan ketidakpuasan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan *Fast food* Jank-Jank di Malang)”.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Variabel manakah antara kualitas pelayanan dan harga yang berkontribusi terbesar dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui variabel yang berkontribusi terbesar terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti berikutnya, dan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Untuk dapat digunakan sebagai penentu strategi kedepannya agar menjadi *fast food* yang lebih baik dan dapat bersaing, khususnya mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

